

Dependencia del sistema mediático y apoyo público a la actuación presidencial durante la pandemia por COVID-19.

Carlos Muñiz y Victoria Isabela Corduneanu

Universidad Autónoma de Nuevo León y Universidad Autónoma de Ciudad de México

Resumen

En contextos de crisis como la pandemia por COVID-19 tiende a incrementarse entre la población el consumo y exposición a los medios de comunicación como mecanismo de búsqueda de información y orientación sobre cómo actuar (Morton y Duck, 2001). Un proceso de dependencia del sistema mediático que convierte a medios en fuentes primarias de información (Ball-Rokeach y DeFleur, 1976). La investigación previa ha podido detectar que este consumo durante una crisis tiende a generar y/o acrecentar actitudes y comportamientos de salud, pero también puede tener efectos de corte político. Es el caso del impacto sobre la evaluación de personajes políticos como puede ser el presidente (Hindman, 2004). En este sentido, se realizó una encuesta analítica en línea con la participación de 695 participantes de nacionalidad mexicana con el objetivo de determinar la valoración de la actuación realizada por el presidente durante la pandemia por COVID-19, y determinar la influencia de la dependencia del sistema mediático de los encuestados en este apoyo. Los resultados reflejan cómo la dependencia del sistema mediático se relaciona con la valoración que los ciudadanos realizan de la actuación gubernamental, contribuyendo en este caso una mayor dependencia mediática a disminuir el apoyo y valoración de la actividad realizada por el presidente López Obrador.

Palabras clave: Dependencia del sistema mediático, medios, redes sociales, apoyo público, presidente

Media system dependency and public support for presidential action during the COVID-19 pandemic

Abstract

During a crisis, as the one provoked by the COVID-19 pandemic, dependency on the media system tends to increase among the audience. Population increase consumption and exposure to the media as they are looking for information and guidance for how to act during the crisis (Morton y Duck, 2001). A process of media system dependence that turns the media into primary sources of information (Ball-Rokeach y DeFleur, 1976). Previous research has detected that this dependency can generate or increase health attitudes, besides political ones such as the support for presidential acts (Hindman, 2004). To prove this relationship for Mexico context, an analytical survey was conducted, with a sample of 695 Mexican citizens with the aim of determining the public support for the actions carried out by the president during the COVID-19 pandemic, and the influence of the media system dependence on this support. The findings indicate a relationship between media dependency and qualification granted to these public functionaries' actions, tending to a less favorable evaluation for the President López Obrador among the more media dependents.

Key words: Media system dependency, media, social networks, public support, president

Introducción

Cuando el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró la pandemia mundial debido a la enfermedad por coronavirus (COVID-19), los diferentes gobiernos nacionales comenzaron a tomar decisiones de actuación con respecto a sus países. En el caso de México, el 23 de marzo el gobierno federal declaró la *Jornada Nacional de Sana Distancia*, buscando el confinamiento voluntario de la población y el mantenimiento de la distancia social en lugares públicos. A partir de esa declaración, la actividad administrativa del gobierno se vio ampliamente reducida, enfocándose buena parte de la estrategia comunicativa institucional en la transmisión de información relativa a la pandemia a la población, a través de diferentes conferencias de prensa desarrolladas por el presidente y el Subsecretario de Salud diariamente. Esta situación se ha mantenido hasta el pasado 30 de junio de 2020, cuando se declaró la finalización de la *Jornada Nacional de Sana Distancia* y se emprendió el retorno a la normalidad del país.

En situaciones como la descrita, que puede ser considerada como de amenaza para la salud pública, pero también durante una crisis nacional e internacional en diferentes niveles (como el social, económico, político, etc.), tiende a incrementarse entre la población el consumo y exposición a los medios de comunicación como mecanismo de búsqueda de información y orientación sobre cómo actuar (Farré, 2005; Garfin, Silver y Holman, 2020; Morton y Duck, 2001; Muñiz, 2011). Esta relación entre público y medios en momentos de crisis e incertidumbre ha sido explicada desde la teoría de la dependencia del sistema mediático (Ball-Rokeach y DeFleur, 1976), que sostiene que los medios de comunicación se convierten en fuentes primarias de información para la ciudadanía en momentos en que existen conflictos dentro del sistema social, ya sean como resultado de desastres naturales, de salud pública o debidos a decisiones y acciones humanas (Hindman, 2004; Lin, Xu y Dam, 2020; Morton y Duck, 2001; Muñiz, 2011).

En este sentido, la investigación previa ha podido detectar que la dependencia mediática tiende a generar y/o acrecentar actitudes de corte político (Halpern, 1994; Davies, 2009; Ognyanova y Ball-Rokeach, 2015), como puede ser el caso del apoyo a gobernantes durante las crisis. Al respecto, Hindman (2004) detectó una clara relación entre la dependencia y el apoyo a la actuación del presidente de Estados Unidos durante el ataque del 11S de 2001, la cual estuvo moderada por el partidismo de los ciudadanos. Estos momentos

suponen sucesos imprevistos que escapan a los planes y la programación política que suelen realizar los gobiernos, afectando la popularidad de los diferentes actores políticos involucrados en el mismo (Canel, 2009). Tomando estos antecedentes teóricos como referencia, en el presente artículo se busca determinar en qué medida la dependencia del sistema mediático influyó en la evaluación realizada por la ciudadanía mexicana de la gestión presidencial ante la afectación por la pandemia de COVID-19 en el país.

La dependencia del sistema mediático en situaciones de crisis

Los medios de comunicación, tanto tradicionales como sociales, constituyen herramientas cruciales para el acceso de la ciudadanía a la información sobre la realidad social (Shehata y Strömbäck, 2014). Esta relación tiende a hacerse más robusta en la medida que la población requiera de una mayor orientación para tomar decisiones, algo que puede suceder en momentos como las campañas electorales, o en situaciones de cambio e incertidumbre, como puede ser ante una guerra, un atentado terrorista o una crisis de salud (Mehrad y Yousefi, 2018; Morton y Duck, 2001; Muñiz, 2011). Es habitual que en estos contextos de incertidumbre la dependencia de la información transmitida por los medios de comunicación se acreciente, haciéndose las personas más dependientes de los mensajes recibidos a través de estas vías de comunicación (Halpern, 1994; Hindman, 2004; Tai y Sun, 2007).

Esta fuerte dependencia que se genera entre públicos y medios de comunicación en momentos de cambio y conflicto, como pueden ser crisis, ha sido explicada desde la teoría de la dependencia del sistema mediático (Ball-Rokeach y Defleur, 1976; Shehata y Strömbäck, 2014). El postulado principal de la teoría mantiene que los medios se convierten en fuentes informativas primarias en momentos conflictivos dentro del sistema social, bien sean resultado de desastres naturales o debidos a la mano humana (Ball-Rokeach y Defleur, 1976; Hindman, 2004). Esta acción de los medios se enmarca desde la teoría en la interrelación que existe entre medios, sociedad y audiencia, la cual permite además comprender el uso mediático de los individuos en situaciones de crisis (Hindman, 2004; Tai y Sun, 2007). La relación de dependencia puede plasmarse a nivel micro, donde se hacen

manifiestos los efectos del sistema mediático sobre la población (DeFleur y Ball-Rokeach, 1989).

Se observa, por tanto, que la teoría se sitúa a medio camino entre los efectos mediáticos y los usos y gratificaciones seguidos por la audiencia para consumir medios (Mehrad y Yousefi, 2018). Así, se asume que las personas se exponen a los contenidos mediáticos para satisfacer ciertas necesidades psicológicas, incluidas las de orientación, comprensión y actuación (Hindman, 2004; Lin, Xu y Dam, 2020). En particular, se ha detectado que la dependencia individual del sistema mediático implica buscar información para comprender el ambiente social, obtener orientaciones de cara a relacionarse con otras personas y actuar ante los problemas siguiendo las normas sociales establecidas (Ball-Rokeach y Defleur, 1976; Davies, 2009; Mehrad y Yousefi, 2018; Wilkin y Ball-Rokeach, 2006).

Se han detectado efectos de la dependencia sobre las percepciones y comportamientos políticos (Halpern, 1994), por ejemplo, sobre los candidatos en una campaña electoral o sobre las decisiones políticas de gobernantes y legisladores en su gestión diaria (Davies, 2009; Shehata y Strömbäck, 2014). Hasta el momento, los estudios han observado que la dependencia es un claro predictor de las percepciones políticas ciudadanas (Halpern, 1994), las decisiones de voto (Davies, 2009) o la eficacia política (Ognyanova y Ball-Rokeach, 2015). Por su parte, Hindman (2004) detectó que el apoyo del presidente en Estados Unidos tendió a aumentar entre quienes tenían más dependencia mediática durante la crisis generada por el ataque terrorista del 11S de 2001.

Valoración de la gestión política durante las crisis

En la gestión de la política diaria, los gobernantes buscan resolver los problemas que acaecen a la sociedad a la que representan. Pero, y más allá de esta labor política administrativa, no cabe duda de que sus acciones vienen determinadas en gran medida por una estrategia de comunicación con la que se busca impactar a la opinión pública para determinar la imagen hacia el gobierno y sus representantes. No en vano, como mencionan Krosnick y Kinder (1990: 497), la popularidad es “un recurso político vital” que todo gobernante siempre trata de cuidar. En gran medida, la valoración que los ciudadanos hagan

de los gobernantes dependerá de la gestión política del gobernante de los asuntos que afectan socialmente, es decir, determinará la aprobación que se haga de su desempeño político (Donovan, Kellstedt, Key y Lebo, 2019).

Una realidad que se presenta en especial durante momentos de crisis o ante sucesos imprevistos, los que en palabras de Canel (2009: 220) constituye cualquier tipo de “evento o suceso que escapa a los planes o programación política que tiene el gobierno”, como pueden ser por ejemplo atentados terroristas, guerras, crisis económicas o crisis de salud. Así, se ha señalado que la gestión, más o menos acertada, que hagan los gobernantes de los sucesos imprevistos con los que se encuentren en su administración tiene un fuerte impacto en la valoración y popularidad de la que gozará el ejecutivo entre los ciudadanos (Hindman, 2004; Krosnick y Brannon, 1993). Este efecto se presenta con especial fuerza respecto del presidente, al constituirse en el líder del poder ejecutivo y personificar a la propia institución (Canel, 2009; Krosnick y Kinder, 1990).

En este sentido, se ha demostrado cómo la gestión gubernamental para superar o lidiar con determinadas crisis deriva en cambios en su popularidad. En el caso de Estados Unidos, Krosnick y Brannon (1993) detectaron cómo la gestión de la guerra del golfo durante 1991 tuvo un impacto importante en la visión de la actuación presidencial por parte de la ciudadanía. Lo mismo sucedió con respecto a la actuación de los diferentes gobernantes ante los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001. Así, la popularidad del alcalde de Nueva York (Canel, 2009) y del presidente del país (Hindman, 2004) se acrecentó tras el evento. Pero, para que la gestión tenga un peso importante en la valoración del gobernante, es necesario primero que ésta sea conocida por la opinión pública. En este sentido, tradicionalmente se asume que los medios constituyen herramientas esenciales para dar a conocer la gestión y que, por tanto, inciden en la valoración ciudadana a través de la atención que hagan de ella (Todhunter, 2013).

Desde la hipótesis del *priming* o de la preactivación (Igartua y Humanes, 2004; Scheufele, 2000) se asume que los medios de comunicación establecen “los estándares a través de los cuales los gobernantes, presidentes, cargos públicos y candidatos políticos son juzgados” (Iyengar y Kinder, 1987: 63). Así, las evaluaciones suelen estar condicionadas sustancialmente por la cobertura de las noticias a las acciones de los gobernantes ante asuntos relevantes, como puede ser una crisis (Donovan, Kellstedt, Key y Lebo, 2019; Krosnick y

Kinder, 1990). En este sentido, en su evaluación las personas tienden a centrarse en aspectos particulares de la gestión, y no tanto en una visión general de la actividad del gobernante (Krosnick y Brannon, 1993). Por ello, los detalles destacados por los medios serán cruciales, pues constituirán los atajos que llevarán a las personas a realizar sus evaluaciones ulteriores. Teniendo en cuenta los antecedentes y la evidencia empírica aportada, se plantea la siguiente hipótesis de investigación en este estudio:

H1: Hay una correlación entre la dependencia del sistema mediático y la valoración de la gestión realizada por el presidente.

Método Seguido

Diseño y muestra

Para la realización del estudio se aplicó una encuesta analítica, una técnica con la cual se busca analizar las asociaciones entre variables y sus patrones de comportamiento, determinar la direccionalidad de éstas, probar hipótesis o responder preguntas de investigación, entre otras finalidades (Gill y Johnson, 2010). Para la realización de la encuesta, se invitó a los usuarios de Facebook de todo el país a participar en una encuesta en línea, promocionada como publicidad a través de esta red social. Para este propósito, se generó una campaña de interacción que promocionó un post publicado en la página de Facebook del Laboratorio de Comunicación Política (LACOP) de la Universidad Autónoma de Nuevo León. El trabajo de campo se realizó entre el 19 y el 26 de mayo de 2020, coincidiendo con la etapa final de la *Jornada Nacional de Sana Distancia* declarada por el Gobierno de México.

La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario diseñado en la plataforma QuestionPro. Para contar con una muestra lo más diversa posible, se buscó una representación amplia en términos de sexo, edad y zonas de residencia. En total, comenzaron la encuesta un conjunto de 1,310 participantes, de los cuales sólo 709 completaron la totalidad de las preguntas presentes en el cuestionario. De todas las respuestas obtenidas, únicamente se contó con las relativas a los participantes que fueran mexicanos, mayores de

edad (≥ 18 años) y que residieran en el país. Esto redujo la muestra final a 695 casos, que fueron con los que se realizó el análisis de los datos. El 56% eran mujeres, con edades comprendidas entre 18 y 83 años ($M = 51$, $DE = 13$). Además, el 63% indicó tener unos ingresos familiares mensuales de entre 6,001 y 30,000 pesos mexicanos, un 53% señaló contar con estudios de nivel licenciatura.

Medidas utilizadas

Dependencia del sistema mediático: Con relación a este constructo, se tomó como referencia la adaptación de Muñiz (2011) para el caso mexicano del instrumento de Morton y Duck (2001), que mide el grado de utilidad que dieron los encuestados a los medios de comunicación para conocer y comprender la información sobre la pandemia. En concreto, se evaluó el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones: “Nos mantienen informados sobre temas de salud importantes, como el coronavirus”, “Ayudan a comprender la importancia que temas como el coronavirus tienen para la salud”, “Permiten decidir qué precauciones de salud tomar ante situaciones como el coronavirus” y “Posibilitan conocer cómo otras personas hacen frente a temas importantes de salud, como el coronavirus”. Todas las preguntas se midieron mediante una escala tipo Likert con cinco puntos de respuesta, desde nada (1) hasta mucho (5). La consistencia interna del indicador fue alta ($\alpha = .91$), por lo que se procedió a generar un índice promediando los cuatro reactivos antes mencionados.

Valoración a la gestión de los gobernantes: Con el objetivo de determinar la evaluación o valoración que hacían los participantes de la gestión con respecto al coronavirus de los gobernantes, se solicitó que se indicara cómo valoraban la actuación de una serie de actores políticos involucrados con la pandemia en México y a nivel mundial. Para ello, se utilizó una escala que oscilaba entre muy mala (0) y muy buena (10). Se incluyó un listado de ocho actores, con el objetivo de no desviar la atención de los participantes hacia el actor sobre el que se buscaba en particular determinar la valoración de su gestión: el presidente Andrés Manuel López Obrador.

Variables de control: Finalmente, se contempló el uso de una serie de variables de control, algunas de carácter sociodemográfico y otras de ámbito político. En concreto, se les cuestionó a los participantes acerca de su género (1 = masculino; 2 = femenino) y su edad, en años cumplidos. También se pidió que indicaran cuál era, aproximadamente, el nivel de ingresos mensual de su núcleo familiar, con una escala que oscilaba entre menos de 6,000 (1) y más de 30,001 pesos mexicanos (4). También se evaluó el nivel de estudios de los participantes, con una escala que osciló entre no tiene (1) y estudios de posgrado (7).

Análisis de los Resultados

Atendiendo a lo planteado en la primera hipótesis, se procedió a calcular las relaciones existentes entre las variables del estudio, con el objetivo de determinar en qué medida había correlaciones estadísticamente significativas entre la dependencia del sistema mediático mantenida por los encuestados durante la pandemia con la valoración que hacían de la gestión desarrollada por el presidente (Ver Tabla 1). Para ello, se procedió a calcular diferentes correlaciones parciales entre las variables contempladas en el estudio. Se decidió utilizar esta técnica de contraste de hipótesis ya que la misma permite controlar la influencia de las variables contaminadoras para tener un resultado más ajustado de la relación real entre las dos variables correlacionadas. En este caso, se controló la influencia de las variables de género, edad, nivel educativo y nivel de ingresos de los participantes.

Tabla 1

Correlaciones parciales entre las variables del estudio

Variable	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	1	2
Dependencia del sistema mediático	695	3.52	0.98	—	
Valoración de la gestión del presidente	695	4.21	4.44	-.11**	—

Nota. Las correlaciones fueron controladas a partir de las variables de género, edad, nivel educativo y nivel de ingresos.

** $p < .01$; *** $p < .001$

En cuanto a la relación con la valoración de la gestión del presidente Andrés Manuel López Obrador, se detectó una correlación estadísticamente significativa y de signo negativo entre ambas variables, $r_{\text{parcial}}(689) = -.11, p = .003$. Esto permite determinar que conforme se presentaba una mayor dependencia del sistema mediático en los participantes, éstos tendían a valorar más negativamente la gestión del presidente (Ver Tabla 1).

Discusión y conclusiones

Este artículo se planteó como objetivo determinar hasta qué punto el nivel de dependencia mediática mantenida por los ciudadanos durante la pandemia de COVID-19 en México influyó en la valoración de la gestión realizada por el actor clave en la crisis en el país: el presidente de la república Andrés Manuel López Obrador. Para ello, el estudio se apoyó en los datos de una encuesta analítica realizada en línea, con la que se buscaba dar respuesta a la pregunta de investigación y contrastar las hipótesis planteadas.

En primer lugar, los resultados del estudio permiten observar una asociación entre la dependencia del sistema mediático y la evaluación de la gestión del gobernante en consonancia con la hipótesis planteada. En concreto, se detectó una influencia sobre la valoración presidencial, aunque en un signo distinto al detectado previamente por Hindman (2004) en su estudio. Si bien este autor observó que la dependencia llevaba a valorar mejor al presidente de Estados Unidos ante la crisis provocada por el ataque terrorista del 11S, en el presente estudio se detecta que una mayor dependencia contribuyó a empeorar la valoración de la gestión realizada por el presidente López Obrador en México a raíz de la pandemia. En todo caso, este resultado se suma a los obtenidos previamente acerca del papel que la dependencia tiene en la generación de actitudes y comportamientos políticos (Halpern, 1994; Ognyanova y Ball-Rokeach, 2015).

Estos datos ponen de manifiesto el importante papel que los medios, a través de sus contenidos informativos, tienen en la configuración de la imagen de los gobernantes durante las situaciones de crisis. Y es que las evaluaciones que hacen los ciudadanos de los gobernantes suelen estar condicionadas sustancialmente por la cobertura mediática de sus acciones a través de un efecto *priming* (Donovan, Kellstedt, Key y Lebo, 2019; Krosnick y Kinder, 1990). Los resultados del presente estudio sugieren que también en el caso mexicano

se puede haberse producido un efecto de preactivación de etiquetas para los actores políticos, en este caso el presidente, a partir de la transferencia realizada por los medios a sus audiencias de las acciones realizadas por cada uno de ellos durante la gestión de la crisis derivada de la pandemia de COVID-19. Así, un rol más político y contradictorio como el mantenido por el presidente parece haberle perjudicado ante la opinión pública.

Los resultados aportados en este artículo contribuyen a profundizar el debate acerca de los efectos políticos de la dependencia del sistema mediático. Y es que, a pesar de que esta relación parece clara, son pocos los estudios que la han abordado empíricamente hasta la fecha (Davies, 2009; Halpern, 1994; Hindman, 2004; Ognyanova y Ball-Rokeach, 2015). Además, el artículo abre nuevas vías para la revisión de las relaciones entre diferentes planteamientos teóricos que permiten comprender la influencia que los medios pueden tener en las evaluaciones de los políticos y gobernantes. En este sentido, se debería profundizar en el estudio del efecto *priming* o de preactivación jugado por los medios en contextos de alta dependencia para determinar su impacto en actitudes y comportamientos políticos (Geers, Bos y de-Vreese, 2017).

Finalmente, el trabajo presenta ciertas limitaciones que deberían ser solventadas en futuros estudios. En primer lugar, cabe destacar que los datos provienen de una encuesta analítica realizada en línea y publicitada en la red social de Facebook. Si bien esto no demerita los resultados obtenidos, pues con este tipo de estudios se puede contrastar hipótesis como las que se planteada este trabajo, en futuros trabajos se debería tratar de trabajar con muestras con mayor nivel de representatividad, para poder extrapolar este tipo de resultados a la población en su conjunto. Junto a ello, el trabajo se enfoca en la exposición mediática y las actitudes mantenidas por la ciudadanía, olvidando el rol jugado por otros actores involucrados en la pandemia. En este sentido, sería conveniente que en futuros trabajos se analicen los contenidos presentados por los medios para dar cobertura a las crisis como la pandemia de COVID-19, determinando el tratamiento informativo empleado y los modelos utilizados por los periodistas en su labor informativa (Mellado, 2015).

Fondos

Esta investigación fue financiada con un proyecto de investigación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) de México.

Referencias

- Ball-Rokeach, Sandra y DeFleur, Melvin. 1976. "A dependency model of mass-media effects", *Communication Research*, vol. 3, n. 1, pp. 3-21.
<http://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- Canel, María José. 2009. "El impacto de los sucesos imprevistos en la imagen pública de los gobiernos españoles", *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, n. 38, pp. 219-236.
- Davies, John. 2009. "The effect of media dependency on voting decisions", *Journal of Media Sociology*, vol. 1, n. 3/4, pp. 160-181.
- DeFleur, Melvin; Ball-Rokeach, Sandra. 1989. *Theories of mass communication*. Estados Unidos: Longman.
- Donovan, Kathleen, Kellstedt, Paul M., Key, Ellen M. y Lebo, Matthew J. 2019. "Motivated reasoning, public opinion, and presidential approval", *Political Behavior*.
<https://doi.org/10.1007/s11109-019-09539-8>
- Farré, Jordi. 2005. "Comunicación de riesgo y espirales del miedo", *Comunicación y Sociedad*, n. 3, pp. 95-119. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i3.4209>
- Garfin, Dana Rose, Silver, Roxane Cohen y Holman, E. Alison. 2020. "The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: amplification of public health consequences by media exposure", *Health Psychology*, vol. 39, n. 5, pp. 355-357.
<http://dx.doi.org/10.1037/hea0000875>
- Geers, Sabine, Bos, Linda y de-Vreese, Claes. 2017. "Informed switchers? How the impact of election news exposure on vote change depends on political information efficacy", *International Journal of Communication*, vol. 11, pp. 1857-1878.
- Gill, John; Johnson, Phil. 2010. *Research methods for managers*. Reino Unido: SAGE.
- Halpern, Pablo. 1994. "Media dependency and political perceptions in an authoritarian political system", *Journal of Communication*, vol. 44, n. 4, pp. 39-52.
<https://doi.org/10.1093/joc/52.4.731>
- Hindman, Douglas Blanks. 2004. "Media system dependency and public support for the press and president", *Mass Communication and Society*, vol. 7, n. 1, pp. 29-42.
https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0701_3

- Igartua, Juan José y Humanes, María Luisa. 2004. *Teoría e investigación en comunicación social*. España: Síntesis.
- Iyengar, Shanto y Kinder, Donald R. 1987. *News that matters. Agenda setting and priming in a television age*. Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Krosnick, Jon A. y Brannon, Laura A. 1993. "The media and the foundations of presidential support: George Bush and the Persian Gulf conflict", *Journal of Social Issues*, vol. 49, n. 4, pp. 167-182. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1993.tb01186.x>
- Krosnick, Jon A. y Kinder, Donald R. 1990. "Altering the foundations of support for the president through priming", *American Political Science Review*, vol. 84, n. 2, pp. 497-512. <https://doi.org/10.2307/1963531>
- Lin, Carolyn, Xu, Xiaowen y Dam, Linda. 2020. "Information source dependence, presumed media influence, risk knowledge, and vaccination intention", *Atlantic Journal of Communication*. <http://doi.org/10.1080/15456870.2020.1720022>
- Mehrad, Jafar y Yousefi, Zahra. 2018. "Introducing the theory of "media system dependency" with emphasis on its potential application in theoretical framework of researches in the field of information science and knowledge", *International Journal of Information Science and Management*, vol. 16, n. 1, pp. 1-14.
- Mellado, Claudia. 2015. Professional roles in news content. Six dimensions of journalistic role performance, *Journalism Studies*, vol. 16, n. 4, pp. 596-614. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2014.922276>
- Morton, Thomas A. y Duck, Julie M. 2001. "Communication and health beliefs. Mass and interpersonal influences on perceptions of risk to self and others", *Communication Research*, vol. 28, n. 5, pp. 602-626. <http://doi.org/10.1177/009365001028005002>
- Muñiz, Carlos. 2011. "Búsqueda de información durante tiempos de crisis. Efectos de la comunicación interpersonal y masiva en la percepción de riesgo personal ante la gripe AH1N1", *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 17, n. 1, pp. 9-21. <http://dx.doi.org/10.31876/rsc.v17i1.25542>
- Ognyanova, Katherine y Ball-Rokeach, Sandra. 2015. "Political efficacy on the internet: a media system dependency approach", *Communication and Information Technologies Annual*, vol. 9, pp. 3-27. <http://dx.doi.org/10.1108/S2050-206020150000009001>

- Scheufele, Dietram A. 2000. "Agenda-Setting, priming and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication", *Mass Communication and Society*, vol. 3, n. 2-3, pp. 297-316. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0323_07
- Shehata, Adam y Strömbäck, Jesper. 2014. "Mediation of Political Realities: Media as Crucial Sources of Information". En Esser Frank y Strömbäck, Jesper. *Mediatization of Politics*, pp. 93-103. Reino Unido: Palgrave Macmillan.
- Tai, Zixue y Sun, Tao. 2007. "Media dependencies in a changing media environment: The case of the 2003 SARS epidemic in China", *New Media and Society*, vol. 9, n. 6, pp. 987-1009. <http://doi.org/10.1177/1461444807082691>
- Todhunter, James P. 2013. "The domestic fruits of diplomacy: Mediation and presidential approval", *International Negotiation*, vo. 18, n. 2, pp. 195-217. <https://doi.org/10.1163/15718069-12341253>
- Wilkin, Holley y Ball-Rokeach, Sandra. 2006. "Reaching at risk groups. The importance of health storytelling in Los Angeles Latino media", *Journalism*, vol. 7, n. 3, pp. 299-320. <http://doi.org/10.1177/1464884906065513>